

Previsioni

Astro
business

Le stelle influenzano gli affari, la borsa e l'economia?

C'è chi ne è convinto, chi fattura milioni di dollari pubblicando le sue predizioni e chi s'è inventato una figura professionale ad hoc. *Capital* lo ha chiesto

a **94 manager e imprenditori**.

Ecco che cosa ne pensano | **Andrea Nicoletti**

«**I** MILIONARI NON USANO L'ASTROLOGIA, I MILIARDARI SÌ». E se lo diceva **J.P. Morgan**, non un banchiere qualsiasi, qualcosa di vero dev'esserci. Ma ha senso affidare il proprio business agli astri? Di primo acchito, un imprenditore qualsiasi dice: no. Poi però, scavando, viene fuori la verità. Insomma, nessuno lo ammette, in molti lo fanno. «In tempo di crisi e di scarse certezze, è facile che anche manager e imprenditori vadano alla ricerca del magico», conferma lo psicologo del lavoro

Stefano Verza. «E si lascino sedurre dagli astri». Perché quando le cose si mettono male, qualsiasi appiglio, anche il più irrazionale, è preferibile al sentirsi soli e in balia del caso. Ecco allora spiegato il fenomeno degli astrological coach, capaci, dicono, di scovare la buona stella di intere aziende o singoli manager.

Ma ha senso leggere le carte celesti prima di scrivere un business plan, investire in un nuovo progetto, decidere se è il momento giusto per quotarsi in borsa? L'atteggiamento più frequente: «Non è vero ma ci credo». *Capital* ha intervistato un centinaio fra manager e imprenditori, fieri rappresentanti di quell'Italia che funziona e cammina nonostante tutto. Ebbene, il 9% ha ammesso di avere preso decisioni consultando le stelle. E il 22% di essere aperto alla possibilità di considerare l'astrologia come ►►

Previsioni



Marco Magni,
alla guida
di Magniflex.

Arricchirsi in borsa? Ci pensa l'astrologo

Investire in borsa è come fare una scommessa sul futuro. E per molti investitori, gli astrologi che studiano le carte stellari delle aziende quotate non fanno nulla di diverso rispetto agli analisti alle prese con grafici e curve. Ma ha senso paragonare l'oroscopo alle analisi tecniche di futures e derivati? Di sicuro c'è soltanto che qualcuno è riuscito a costruirsi sopra un business milionario. È **Raymond Merriman**, l'astrologo che insegna come diventare ricchi giocando in borsa. E probabilmente le indovina quasi tutte, visto che lo fa da trent'anni e ha più di 7mila clienti, molti dei quali lavorano per le maggiori banche e trading company di New York, Tokyo e Zurigo. Attesissimo il suo libro con le previsioni per il 2013. Per il 2012 aveva previsto crisi finanziarie e crolli del mercato, ma forse era fin troppo facile. Eppure sono in molti a scommettere i loro soldi (o quelli dei clienti) solo con il favore delle stelle. «Lo sanno tutti che molti broker di Wall Street usano l'astrologia», disse una volta Donald Reagan, capo di gabinetto del presidente Ronald Reagan. E ancora oggi sono milioni gli abbonati alla rivista *Financial Astrology*, pubblicata ad Hong Kong e diffusa in tutto il mondo: si rivolge agli operatori di borsa e riporta previsioni astrali sull'andamento dei mercati internazionali, usando l'analisi dei moti stellari per individuare le migliori opportunità di investimento.



«In Italia siamo in molti a cercare di volgere la sorte a nostro favore, perché, come diceva Eduardo De Filippo, essere superstiziosi è da ignoranti, ma non esserlo porta male»

Fabio Candido

► uno dei fattori, anche se non il principale, che possono influenzare le decisioni.

«Non è una cosa che faccio ogni giorno, ma per le scelte più delicate, soprattutto quelle di investimento o di inizio nuovi progetti, cerco spesso un riscontro anche

dal cielo», ammette **Marco Magni**, alla guida di Magniflex. Una posizione condivisa da diversi suoi colleghi. Con aneddoti curiosi e rivelatori. «Un'astrologa molto famosa mi ha detto che sarebbe stato inopportuno presenziare a un impegno di

lavoro all'estero», ricorda **Francesca Benati**, ceo di Lastminute.com per l'Italia e la Spagna. «Avevo già delle perplessità in merito e le sue parole sono state la spinta di cui avevo bisogno per cancellare il volo. Una fortuna: la zona è stata poi colpita da pesanti disastri». C'è poi chi, come **Giuseppe Marotta** dei Fratelli La Bufala, va dall'astrologo prima di aprire un nuovo ristorante. «E li inauguro solo di martedì e mercoledì». Oppure lo chef **Marcello** ►

Il sondaggio di Capital

Ha mai preso una decisione di business consultando oroscopo o astrologo? A questa domanda, rivolta da *Capital* a 94 tra manager e imprenditori, ha risposto sì solo una piccola parte, il **9%**. Ma anche chi ha detto no, ha articolato la propria risposta: raccontando piccole storie e aneddoti curiosi. E in molti casi (il **22%**), alla successiva domanda (ritiene sempre e comunque inutile rivolgersi all'astrologia?), si è detto possibilista. Riportare ogni risposta sarebbe stato impossibile per ragioni di spazio. Ecco l'elenco degli intervistati e il loro giudizio sul potere delle stelle.

Enrico Accettola presidente di Emporio Adv	No	Carlo Boroli presidente di Briko	No
Yves-Olivier Allamagny managing director di Harley-Davidson Italia	Possibilista	Gianfranco Bossi direttore generale di Pierre Mantoux	No
Marilisa Allegrini proprietaria di Allegrini	No	Fabrizio Brogi presidente di Nau!	No
Tilli Antonelli fondatore di Wider Yachts	No	Cristiano Burani titolare e direttore artistico della linea Cristiano Burani	No
Matteo Astolfi director di M&G Investments Italia	Possibilista	Fabio Candido presidente di Fenicia	No
Francesca Benati ad Italia e Spagna di Lastminute.com	Sì	Claudio Canova ad di Photomovie	No
Alberto Bertone presidente e ad di Fonti di Vinadio Acqua Sant'Anna	Possibilista	Giulio Cappellini art director di Cappellini	No
Giuseppe Bitti ad di Kia Motors Italia	No	Leopold Cavalli ad di Visionnaire	No

continua a pag. 36

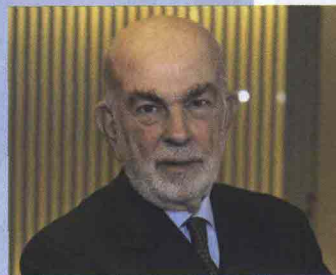
Provisioni



Carla Fendi,
presidente onorario
del gruppo Fendi.

Siamo seri: al massimo c'è l'effetto placebo

«È come l'effetto placebo: si hanno effetti positivi con farmaci che in realtà non sono tali». Ci va molto cauto con l'astrologia il professor **Paolo Legrenzi**, coordinatore del Laboratorio di economia sperimentale Swiss & Global - Ca' Foscari. Perché se è vero che si tratta di pseudoscienza, non è però escluso che anche un fenomeno immaginario possa infondere forza e coraggio. «L'incertezza relativa al futuro innesca emozioni come la paura e qualsiasi rimedio, persino l'astrologia, può ridurre l'insicurezza e l'ansia», conferma il professore che sul tema dei fenomeni illusori ha recentemente pubblicato il libro *I soldi in testa* (Laterza). «Sappiamo che i santoni, decine di migliaia di anni fa, guardavano la direzione del fumo per decidere dove andare a caccia. Così rendevano casuali le strategie di sfruttamento dei territori, adottando un criterio razionale, e nel contempo davano coraggio ai loro seguaci. Però bisogna crederci». Ecco il punto: crederci o no? «Un collega del fisico danese Niels Bohr si era stupito nel vedere un ferro di cavallo nello studio del celebre scienziato. Quest'ultimo ribatté: Non ci credo, ma funziona. Le cose stanno in realtà nel modo opposto: non funziona, ma ci credo. E se il credere conferisce sicurezza e coraggio, il fine giustifica i mezzi». Ma perché in campo finanziario, regno dei numeri e della matematica, non è poi così rara una tale forma di creduloneria? «Nell'andamento dei mercati risulta facile vedere correlazioni e altri pattern o schemi, e convincersi così che non sono casuali, e quindi fossero prevedibili. Se ci vogliamo credere, troveremo quasi sempre conferme alle nostre aspettative e confonderemo i segni con le cause».



► **Leoni**, che si fa leggere i fondi del caffè, trovando spesso «verità sconvolgenti». **Alessia Rehnicer**, marketing manager in Sony Mobile Communications, con-

sulta gli astri con lo smartphone e lo fa ogni settimana, trovando «spunti in più per individuare il periodo più favorevole per cominciare nuovi progetti o rinsaldare

vecchie partnership». A **Giuseppe Bitti**, amministratore delegato di Kia Motors Italia, talvolta capita di cogliere nell'oroscopo, «che tutte le mattine ho occasione di sentire, durante i notiziari televisivi, curiose coincidenze con le situazioni che dovrò affrontare durante la mia giornata lavorativa».

Si può usare l'astrologia a proprio favore anche in maniera creativa. «Sape- ►

«Credo in un mix fatto di astrologia, scaramanzia e cultura contadina della mia terra, la Romagna. Di riti come la lettura del brodo dei passatelli. Mi influenzano in modo positivo. Mi faccio due, tre scenari su base analitica, ma poi scelgo su base non analitica».

Andrea Rossi

Michele Chiaro presidente di Michele Chiaro	No
Edoardo Chiozzi Millesire responsabile per l'Italia di Convictions Am	No
Vito Cinque proprietario e dg dell'Hotel San Pietro di Positano	No
Piero Cividini stilista	No
Emanuela Corvo direttore creativo di Emamo	No
Denise De Pasquale presidente di Progetto Lavoro	Possibilista
Arcangelo Di Cienzo ad di Tamtamofferte.com	No
Loredana Di Pascale direttore marketing di Rubelli	No
Alessandro Di Virgilio ad di Olimpia Agency	No
Luigi Fabrici presidente di Agorà Group	No
Guido Falk co-fondatore di Hi-Fun	No
Bruno Fantechi ad di A.Testoni	No

Carla Fendi presidente onorario di Fendi e Fondazione Carla Fendi	Possibilista
Lorenzo Ferri direttore commerciale e marketing di The Bridge	Possibilista
Luca Foresti ad del Centro Medico Santagostino	No
Elisabetta Franchi stilista	No
Giovanna Furlanetto presidente di Furla	No
Enzo Fusco presidente di FGF Industry	Possibilista
Stefano Gagliardo proprietario di Gianni Gagliardo	No
Maurizio Garavello vicepresidente sales Cemea di Websense	No
Mario Gasbarrino ad di Unes (Gruppo Finiper)	No
Christian Grande ad e proprietario di Christian Grande Designworks	No
Gaetana Jacono proprietaria di Valle dell'Acate	No
Andrea Küenzi presidente di Küenzi	No

continua a pag. 38

Previsioni



Enzo Fusco,
presidente
del gruppo Efg
Industry.

► vo che un mio cliente tedesco guardava il suo oroscopo ogni giorno. Così, prima di un'importante riunione, ho letto il suo segno per rafforzare le mie argomentazioni, giocando una carta emotiva importante», racconta **Benvolio Panzarella**, direttore generale per l'Italia di Just-Eat.

Lo scetticismo, però, è molto più dif- ►►

«Ebbene sì, le stelle per me hanno un peso. Le consulto quando sono davvero in dubbio e non riesco a prendere una decisione». **Andreina Longhi**

Un po' psicologo, un po' astrologo

Si chiama astrological coach e insegna a prendere decisioni di business con il favore delle stelle. «Una volta venne da me un importante uomo d'affari indeciso se e dove delocalizzare la sua azienda», racconta **Marco Celada**, che ha battezzato questa nuova figura professionale. «Io non avevo la risposta, ma intesi il vero problema: quell'imprenditore non si sentiva in grado di affrontare un cambiamento così radicale. E su quel blocco abbiamo lavorato e trovato la soluzione».

Niente lettura delle carte astrali, allora? «Prima aiuto i manager a cogliere il senso più autentico delle loro domande, poi stabiliamo assieme gli obiettivi e infine analizzo tutto con l'aiuto di tecniche astrologiche avanzate».

Ma quali sono le richieste più frequenti? «Molti non sanno prendere decisioni importanti e strategiche per i loro affari, altri mi chiedono come impostare al meglio l'anno che verrà oppure dove trovare le migliori opportunità di carriera. Io non ho le risposte ma posso aiutare le persone a trovarle. Molto spesso scopro che il vero problema risiede altrove. Magari c'è un blocco psicologico che va rimosso».

Ma se gli affari sono influenzati dagli astri, che cosa resta al potere decisionale di un imprenditore? «L'astrologia non esclude affatto un atteggiamento attivo e la possibilità di intervenire. La posizione degli astri è relativa alla nostra ubicazione sulla terra: io suggerisco dove posizionarsi sul pianeta per modificare il proprio destino. Occorre calcolare il luogo dove trascorrere il momento esatto del compleanno, per ricevere e memorizzare l'energia degli astri e poi rientrare a casa».

E se è dall'altra parte del mondo? «Dipende dall'ora e il luogo in cui si è nati. Ma di una cosa sono convinto: la situazione dei pianeti al momento del compleanno influenza in modo potente tutto l'anno successivo. Ne consegue che abbiamo a disposizione un importante strumento con cui tentare di modificare gli influssi degli astri: spostandoci nel giorno del nostro compleanno. Ma ci sono anche altri luoghi dove periodicamente possiamo ottenere benefici nei vari settori della vita. Come scoprirli? Con l'Astrocartografia».



Andrea Lardini presidente di Lardini	No
Marcello Leoni chef del Leoni Bologna	Possibilista
Andreina Longhi fondatrice e ceo di Attila&Co.	Sì
Salvatore Madonna ad di Soft Living Places	No
Marco Magni responsabile marketing internazionale di Magniflex	Sì
Gianberto Manera ad di Temporeale	Possibilista
Luigi Maniglio presidente di Jobs e Ffg Europe	Possibilista
Filippo Manucci ad di Ales Groupe Italia	No
Mena Marano ad di Arav Fashion	Possibilista
Davide Marcolin socio fondatore Morgan Air	Possibilista
Giuseppe Marotta presidente di Fratelli La Bufala	Sì
David Marsili fondatore di iStuff	Possibilista
Stefano Martini general manager di Infinity Italia	No
Daniele Maver presidente di Jaguar e Land Rover Italia	No

Marcello Meregalli ad di Giuseppe Meregalli	No
Benvolio Panzarella direttore generale Italia di Just-Eat	Sì
Lorenzo Paolini ad e vicepresidente market operations di Whirlpool South Europe	No
Riccardo Pasini fondatore di Prodotto	Possibilista
Daniela Pavone general manager di Spin Master Italy	No
Luigi Pesle ad di Evergreen Life Products	No
Marco Picece presidente di AM Living Studio	no
Carlo Pignatelli stilista	No
Flavio Polesello ad e titolare di Arrex Le Cucine	Possibilista
Luciano Ponzi direttore generale del Gruppo Ponzi Investigazioni	Possibilista
Rosario Rasizza ad di Openjobmetis	No
Massimo Rebecchi stilista	No
Alessia Rehnicher marketing & communications manager di Sony Mobile	Sì
Gabriele Roghi responsabile gestioni patrimoniali di Invest Banca	No

continua a pag. 40

Previsioni



Francesca Benati, ad di Lastminute.com per Italia e Spagna. Sotto, **Giuseppe Bitti**, ad di Kia Motors Italia A destra, **Luigi Mangiglio**, presidente di Jobs e FFG Europe.

«Ascolto tutte le mattine l'oroscopo alla radio. E trovo strano che mi si addica sempre». *Carlo Boroli*

► fuso. «L'astrologia è irrazionale», dice **Luigi Mangiglio**, presidente di Jobs e FFG Europe, sintetizzando il pensiero di molti altri, «ma certe volte può dare quella spinta in più per prendere una decisione che è già stata presa». L'oroscopo servirebbe, dunque, ma solo come «un modo inconscio per acquisire più coraggio», aggiunge **Carla Fendi**, «e per rassicurarsi nel prendere le proprie decisioni». Conferma il fashion designer **Enzo Fusco**: «Mia figlia ha organizzato per il mio compleanno una festa a sorpresa con astrologa. La cosa mi è piaciuta e mi ha stupito il fatto che sapesse leggere la mia vita così bene. I suoi consigli mi hanno sollevato e potrei consultarla anche per decisioni più importanti».

Infine, il partito dei razionalisti puri e duri. **Rosario Rasizza**, amministratore delegato di Openjobmetis, non ha dubbi: «Homo faber fortunae suae: il successo, negli affari o nella vita personale, dipende dalla volontà». Ironizza a sua volta il giovane imprenditore **Guido Falck**: «Di solito guardo la mia gatta. Se cammina con la coda alta vado avanti senza paura, se la vedo con la coda bassa, l'affare è di sicuro

fallimentare... Se è orizzontale? Do un'occhiata all'acquario... Non vedo come astri a centinaia o migliaia di anni luce da noi possano influenzare in qualche modo gli eventi qui sulla terra».

Forse basterebbe una semplice prova del nove per chiudere una questione che ha affascinato Platone e Einstein, Pitagora, Benjamin Franklin e J.P. Morgan. «Chiederei a qualche bravo astrologo l'oroscopo 2013 di alcuni nostri fondi», lancia la sfida **Matteo Astolfi**, direttore di M&G Investments Italia. «E lascerei a lui il responso: quale andrà meglio?». Se qualcuno accetterà mai il confronto, fra un anno vi diremo chi ha vinto. **C**



«L'oroscopo è un divertimento. E, come diceva Voltaire, talvolta anche gli astrologi ci azzeccano». *Gaetano Sallorenzo*

Massimiliano Rossi general manager di Brand Park	No
Andrea Rossi vicepresidente global sales & partners di Crossideas	Si
Cleto Sagripanti ad di Manas	No
Ugo Salerno ad del Gruppo Rina	Possibilista
Gaetano Sallorenzo ad e presidente di Pinco Pallino	No
Roby Salvadori country manager di William Hill	No
Raffaele Saporiti presidente e ad di Saporiti Italia Group	No
Giuseppe Sarnella presidente di Acanthus e Confimprese Turismo Italia	No
Alberto Scavolini ad di Ernestomeda	No
Ermanno Scervino stilista	No
Gegè Schiena direttore creativo del Gruppo Italservices	No
Mauro Serafini ad di Grant Spa	No
Alessandro Severi ad di Maria Grazia Severi	Possibilista

Giovanni Sgariboldi presidente di Euroitalia	No
Cristina Sottotetti ad di Setter Selezione e Formazione	Possibilista
Nicoletta Spagnoli ad di Luisa Spagnoli	Possibilista
Pietro Tassi presidente di Tisetanta	No
Giulio Tepedino vicepresidente di Eurofishmarket	No
Saro Trovato fondatore di Found	Si
Sanino Vaturi presidente di Sounders	No
Riccardo Vitanza fondatore e direttore di Parole & Dintorni	Possibilista
Roberto E. Wirth proprietario e direttore generale dell'Hotel Hassler Roma	No
Ilaria Zampori direttore generale di Quisma	No
Emanuele Zenoni marketing e brand manager di Zenoni&Colombi	No
Cristina Ziliani consigliere delegato comunicazione di Guido Berlucchi	No
Maurizio Zorretto country manager di Meetic Italia	No